

22-11-07

**Entrevistada: Lic. Daniela Blanco**  
**Directora del ICOMI**

**GS:** Hoy vamos a conversar con la Lic. Daniela Blanco, Directora del ICOMI, que es el Instituto de Estudios de la Comunicación Institucional de la UCES, que el martes pasado entregó el Premio ICOMI Comunicación y Valores Serie 2007 y que ya la tenemos en línea, hola Daniela, buenas tardes, cómo te va?

**DB:** Cómo estás, buenas tardes.

**GS:** Queríamos que contaras un poco, por favor, primero sobre el Premio, por qué este premio a la comunicación y luego haremos otras preguntas sobre el ICOMI y otras varias que tenemos preparadas. Entonces primero qué es lo que se trata de premiar en este caso?

**DB:** El ICOMI, como vos sabrás es un Instituto que tiene trayectoria en el sector, fundado por un pater para todos nosotros que es Alberto Borrini allá por el año 90. La tradición del ICOMI siempre fue estudiar la comunicación institucional y te diría la comunicación en su máxima dimensión, los eslabones que la integran, consultoras, periodistas, empresas. El Premio surge en el año 2006 cuando tengo el lujo de asumir la Dirección, cuando Alberto decide abocarse a la escritura de sus libros, retomando la idea de la responsabilidad social empresaria y dotándola un poquito de contenido. Detectamos que había un interés genuino de parte de las compañías por dedicar programas especializados acerca de la RSE y sentimos que había ahí una plataforma para que las empresas puedan presentar sus proyectos y de alguna manera, el objetivo del Premio es cómo articulan, cómo imbrican campañas de comunicación y valores dentro de la compañía, cómo giran estos conceptos dentro de la compañía, cómo se articulan en proyectos, cómo se articulan en cultura empresaria, de esto se trata el Premio. A partir de ahí, lanzamos la idea y superamos la parte más ardua, que es no sólo enamorar al sector sino a un grupo de talentosísimos jurados que iban a darle prestigio al Premio.

**GS:** Nos podés hacer algunos nombres del jurado. Yo estuve mirando en la página y me pareció muy valioso.

**DB:** El jurado es interdisciplinario, Luis Ovsejevich, Julio Werthein, Oscar Girola, Manuel Mora y Araujo, Raquel San Martín y Marcelo Cantón, dos periodistas especializados en economía, Matías Kulfas es un aporte interesante, el Subsecretario de la Sepyme de la Nación, Miguel Daschuta, publicista talentosísimo, José Luis Castiñeira de Dios. La idea era conformar realmente un jurado interdisciplinario, multimirada, acerca de comunicación y valores, que puedan juzgar desde diferentes lugares la circulación de un sistema de comunicación y valores dentro de una compañía.

**GS:** Y he visto que entre los premiados hay importantes empresas e importantes comunicadores también, no?

**DB:** Sí, la verdad es que ahí vino como el segundo espaldarazo para el Premio, hubo que salir a contar en entrevistas individuales a las compañías cuál era el concepto del Premio ICOMI y hubo una muy buena recepción. Eso en la noche de la premiación yo lo destacué especialmente y lo hice público porque las empresas asumieron un compromiso imprescindible. El Premio ICOMI tiene publicadas bases y condiciones, son bases y condiciones amigables, pero requieren una preparación de unos meses que la compañía le dedique al Premio. Y realmente lo han asumido con convicción, presentando trabajos muy interesantes.

**GS:** Vos sabés que aquí en el estudio está conmigo Graciela Misa, que es muestra columnista especializada en el tema responsabilidad social empresaria y en el programa del jueves pasado habíamos comentado el Premio Ciudadanía Empresaria de la Amcham, la otra semana se entregaron los premios Responsabilidad Social Comunicativa, o sea que hay toda una especie de reconocimiento a lo que están realizando las empresas y esto es muy bueno porque por un lado incentiva y motiva y por otro lado y como decimos siempre lo importante de comunicar la RSE radica en que ojalá que esto sirva para que se replique. Entonces nos pareció también muy interesante que una universidad, en este caso la UCES también lleve adelante este cometido. Y entre los premiados, como decíamos anteriormente hay unas empresas muy importantes, no?

**DB:** Si, del análisis de los trabajos presentados surgió que había un muy buen nivel de informes, por lo tanto el jurado decidió dar tres menciones especiales, cuyo puntaje se acercó mucho al ganador. El ganador fue American Express y las tres menciones fueron para TNT, Edesur y Cervecería y Maltería Quilmas.

**GS:** Edesur está muy bien en este tema, aparte lo debemos tratar muy bien, porque está siendo anunciante nuestro en este mes. Yo lo hubiese mencionado primero, pero no se podía.

**DB:** La verdad es que yo coincido con el comentario que vos hiciste, me parece que de parte de las empresas y de parte de quienes trabajamos en la comunicación, se trata de dotar, si bien el Premio ICOMI no se especializa sólo en la RSE, pero es un área central, se trata de esto que vos mencionabas, de dotarlo de contenido real, que las empresas hayan tomado con compromiso el desafío de iniciar, no sólo programas acordes a la temática que incluye comunicación y valores, sino que sea una cultura empresaria dentro de la compañía, que esto me parece inclusive un desafío mayor. Nosotros en el Premio ICOMI también contemplamos a las pymes, porque vos bien sabés que para todas estas cosas suenan muy lindo, puertas adentro de las empresas tienen que haber equipos, recursos y manos para trabajarlos, para llevarlos adelante. En ese sentido las pymes están haciendo un trabajo muy interesante

con poca gente, como pueden, pero bueno, multiplicando sus recursos y no dejando de atender estos temas.

**GS:** Este año, se realizó a comienzos de año una maratón que organizó el Consejo Profesional de Relaciones Públicas, donde las principales consultoras que integran el Consejo asesoraban a pymes de cómo comunicar la responsabilidad social, pymes y ongs. Y fue una verdadera maratón porque estuvo completo las 24 horas de ese día. Es muy interesante ver como cada vez va habiendo un gran interés no solamente de las grandes empresas sino también de las pymes, tanto en el tema de la responsabilidad en sí como de la comunicación.

**DB:** Sí. Nosotros en el 2008 desde el premio vamos a abrir una categoría especializada. En esta serie 2007 la convocatoria era para empresas grandes, medianas y chicas, pero sentimos la necesidad de abrir ahora una categoría especializada para pymes para que pueda estar contemplado el tema de cada uno en su justa medida, poder dimensionar los proyectos en función de sus posibilidades.

**GS:** Bien, ahora el ICOMI es un Instituto de investigación de la comunicación.

**DB:** Exactamente, es la naturaleza de ICOMI, de hecho salió nuestro trabajo periodístico, el media map, que es una cartografía interpretativa de la propiedad de los medios. El ICOMI se especializa en trabajos de investigación y en coloquios de investigación, trabajamos con diferentes eslabones del sector y problematizamos y debatimos acerca de la comunicación institucional. Y el media map es el segundo año que se edita desde el ICOMI, es la punta de lanza donde reflejamos las telarañas multimedias, pero sobre todo desde el análisis, desde los players y desde el escenario de la comunicación.

**GS:** Acá está conmigo Graciela Misa, como te decía, que me hizo una cara así cuando me hablaste de media map, por qué no nos contás un poco de que se trata. Yo lo conozco pero me gustaría que lo expliques vos.

**DB:** El media map es un cuadernillo, es un documento que el ICOMI edita anualmente y radiografía, por eso le pusimos cartografía interpretativa de la propiedad de los medios, es un análisis de la complejización que adquirió hoy el sector de los medios de comunicación, quienes son sus actores, adquisiciones, ventas, compras, cada grupo los medios que tiene, pero desde una instancia interpretativa. Hacia donde va el sector, las telecomunicaciones, por un lado los medios audiovisuales, la plataforma internet, bueno trabajamos mucho en llevar un registro muy actualizado del quien es quien y del análisis del sector, es decir hacia dónde va y que aristas nuevas va tomando.

**GS:** Sí. Y es muy importante que las universidades, en este caso la UCES con el ICOMI complementen los planes de estudio básicos, porque día a día la competencia del futuro profesional va siendo mayor y si su formación no es muy sólida está destinado a ir al fracaso, entonces así como hay muchas

universidades con las cuales nosotros también hemos conversado con sus responsables, que organizan distintas actividades para complementar y para darle una visión práctica de la profesión. En este caso el ICOMI desde la investigación aparece como muy importante.

**DB:** Y bueno, lo que vos planteás, de hecho desde el estudiantado los masters, todo lo que es el área de la comunicación hoy está con mucho tránsito. Circulan en el Instituto desde gente muy joven, que ya está en la instancia profesionalizada, que está ingresando a un medio, a una consultora, vos bien sabés que el eslabón de la consultoría, de la manera que creció y que se dimensionó, así que hoy hay mucho para analizar, para trabajar y para debatir. También es un momento de mucho debate para el sector.

**GS:** O sea, en el caso del ICOMI, la investigación, como vos bien decías involucra a toda la comunicación, no solamente la comunicación institucional empresaria, sino también la periodística, la publicitaria.

**DB:** Totalmente, por eso editamos el media map y después en el 2008 arranca con un ciclo que son los coloquios ICOMI. Ponemos ahí sobre la mesa varios debates e invitamos a diferentes personalidades, es como otro clásico que va tomando fuerza cada año.

**GS:** Porque inclusive el ICOMI es anterior a la creación de la carrera de Relaciones Públicas en la UCES.

**DB:** Sí. De alguna manera cuando Borrini creó el ICOMI fue realmente un avanzado, porque fue reunir gente del sector de diferentes espacios y también esta cosa de problematizar el sector, en ese sentido me parece que fue un avanzado absoluto y era en el contexto de los noventa cuando también explotaban las carreras de comunicación y la UCES concretamente ofrece periodismo, comunicación social, varias carreras en el área de comunicación, tiene una oferta importante.

**GS:** Y en el caso de Borrini pienso no solamente en su visión, sino también en su actualidad, porque la columna de todos los martes en La Nación son imperdibles y son de una actualidad y una claridad que realmente asombran.

**DB:** Absolutamente. Aparte que Alberto es un ser humano maravilloso, multiplica mucho más todo lo que hace.

**GS:** Buena Daniela, un gusto, realmente muy linda la charla y nosotros siempre decimos en el programa que esto es radio y como es radio, bueno seguramente algunos colegas te conocen, pero queríamos que por favor nos comentés un poco sobre tu formación y tu desarrollo profesional, para que sepamos con quien hablamos.

**DB:** Para mí también fue un gusto. Bueno, actualmente dirijo el Instituto de Estudios de la Comunicación Institucional – ICOMI, de la Universidad UCES,

soy periodista en ejercicio, dirijo la revista Tendencia y soy Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Cuando se iniciaba la carrera de Ciencias de la Comunicación, en el año 87, ahí en la Av. Callao.

**GS:** Claro, era un ciclo común y después tenía distintas especialidades.

**DB:** Sí. Eso todavía sigue vigente. Cuando arrancamos con un grupo de colegas era muy experimental y hoy ya es una gran carrera por la que han pasado miles y miles de alumnos.

Muchas gracias por el espacio. Muchísimas gracias.

**GS:** No por favor, justamente eso te quería comentar, este es un espacio que nosotros tenemos todos los días jueves, entre las 19.00 y las 20.00, donde hablamos de todos los temas de comunicación, de responsabilidad social, ya que en muchos casos el tema se maneja desde el área de comunicaciones, entonces cuando tengas algo que quieras comunicar, que estimes que es de interés para los colegas, con mucho gusto este micrófono esta a tu disposición.

**DB:** Como no. Muchísimas gracias. Fuiste muy gentil.

**GS:** Hasta la próxima. Que sigas muy bien.

**DB:** Hasta la próxima.